

**MANAJEMEN PEMBERDAYAAN EKONOMI UMAT ISLAM
STUDY KASUS INOVASI KUBE (KELOMPOK USAHA BERSAMA) SAMBAL**Edi Suandi¹, Jusmawati², Zakaria Aziz³¹Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah (STES) Manna Wasalwa,
e-mail edisuandi18@gmail.com²UIN Imam Bonjol Padang
e-mail bukjusmawati@gmail.com³. Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah (STES) Manna Wasalwa,
e-mail zakaria130120@gmail.com**Abstract**

KUBE (Joint Business Group), is a Government program through the Ministry of Social Affairs in poverty alleviation. This study aims to determine the Empowerment Management by Kube Sambal located in Nagari Talang Maua Kec. Mungka Kab. 50 City of Sumatra Bara Province, so as to be able to win the best Kube champion at the level of West Sumatra Province in 2019. This research is a qualitative study, in which the researcher conducts direct interviews with the management of Kube Sambal on Empowerment Management in November 2019. The results of the study were obtained by the Management of Empowerment of Kube Sambal able to produce innovations in processing gambier leaves into finished products such as Tea Bags, Jelly Candy and Gambir Leaf Masks and clothing dyes. The results of the Kube Sambal Innovation make gambir have a higher value without relying again on the purchase price of raw materials. Kube Sambal Innovation increases community productivity in producing products, so as to improve people's economy.

Keywords: Kube Sambal, Management, Innovation, Economic Value.

Abstrak

KUBE (Kelompok Usaha Bersama), merupakan program Pemerintah melalui Kementerian Sosial dalam penanggulangan kemiskinan. Penelitian ini bertujuan mengetahui Manajemen Pemberdayaan oleh Kube Sambal terletak di Nagari Talang Maua Kec. Mungka Kab. 50 Kota Provinsi Sumatera Bara, sehingga mampu meraih juara Kube terbaik tingkat Provinsi [Sumatera Barat](#) tahun 2019. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dimana peneliti melakukan wawancara langsung dengan pengurus Kube Sambal tentang Manajemen pemberdayaan pada Bulan November 2019. Hasil penelitian di peroleh Manajemen Pemberdayaan Kube Sambal mampu menghasilkan Inovasi dalam pengolahan daun gambir menjadi produk jadi seperti Teh Celup, Permen Jelly dan Masker Daun Gambir serta pewarna pakaian. Hasil Inovasi Kube Sambal menjadikan gambir memiliki nilai lebih tinggi tanpa bergantung lagi dengan harga beli bahan mentah. Inovasi Kube Sambal meningkatkan produktivitas masyarakat dalam menghasilkan produk, sehingga mampu meningkatkan ekonomi masyarakat.

Kata Kunci : Kube Sambal, Manajemen, Inovasi, Nilai Ekonomi.

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia adalah pasar potensial bagi pengembangan ekonomi Islam berbasis ekonomi kerakyatan dan tingkat kemiskinan tertinggi juga terdapat pada umat Islam untuk penanganan Fakir Miskin di perlukan program yang terarah, terpadu, dan berkelanjutan yang sudah dilakukan pemerintah dan masyarakat dalam bentuk kebijakan, program, kegiatan pemberda-yaan, pendampingan, serta fasilitasi untuk memenuhi kebutuhan dasar setiap warga Negara.

Salah satu program yang cukup berhasil adalah program Kelompok Usaha Bersama atau (KUBE) yang di salurkan kepada kelompok keluarga miskin yang dibentuk, tumbuh, dan berkembang atas prakarsanya dalam melaksanakan Usaha Ekonomi Produktif (UEP) untuk meningkatkan pen-dapatan dan kesejahteraan sosial keluarga. Usaha Ekonomi Produktif (UEP) adalah bantuan sosial yang diberikan kepada kelompok usaha bersama untuk mening-katkan pendapatan dan kesejahteraan sosial keluarga. KUBE beranggotakan 5 sampai 20 Kepala Keluarga dari masyarakat miskin yang masuk dalam Data Terpadu Penanganan Fakir Miskin dan Orang Tidak Mampu (DTPFMOTM).

Kelompok Bersama (KUBE) SAMBAL di Nagari Talang Maua Kec. Mungka Kab. 50 Kota Provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu contoh KUBE yang cukup sukses dalam melakukan usaha pemberdayaan terhadap anggotanya sehingga KUBE tersebut meraih juara satu (1) pada penilaian Kube terbaik tingkat Provinsi [Sumatera Barat](#) tahun 2019. Melihat fenomena tersebut tulisan ini ingin mengkaji lebih dalam tentang manajemen pemberdayaan ekonomi umat Islam dengan mengambil study kasus inovasi KUBE Sambal di

Nagari Talang Maua Kec. Mungka Kab. 50 Kota.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dimana peneliti melakukan wawancara langsung dengan pengurus Kube Sambal tentang Manajemen pemberdayaan pada Bulan November 2019.

LITERATURE REVIEWS

1. Manajemen Pemberdayaan.

Manajemen dalam arti sederhana yaitu suatu pengelolaan terhadap sesuatu agar berguna bagi pemenuhan kebutuhan dan pencapaian tujuan. Para pakar manajemen pada umumnya menyebutkan bahwa manajemen adalah suatu pekerjaan yang melibatkan adanya ilmu, seni, fungsi dan tindakan-tindakan yang harus dilakukan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Manajemen merupakan proses yang terdiri dari tindakan perencanaan, pengorgani-sasian, penggerakan dan pengendalian.

Proses itu dilakukan untuk menentukan dan mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya (Handoko, 1986). Manajemen dapat di-definisikan sebagai seni dan ilmu sebagai alat untuk melakukan proses pengelolaan sumber daya dan dana melalui mekanisme fungsional dalam rangka melaksanakan berbagai kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan lebih dahulu (Manulang, 1975).

Istilah pemberdayaan (empowerment), pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya masyarakat dengan mendorong, memotivasi dan membang-kitkan kesadaran akan potensi serta berupaya untuk mengembangkan. (Ginanjari 1996), Sedangkan menurut pendapat lain pemberdayaan adalah

sebuah proses penyadaran masyarakat yang dilakukan secara transformatif, partisipatif dan kesinambungan melalui peningkatan kemampuan dalam menangani berbagai persoalan dasar yang dihadapi dan meningkatkan kondisi hidup sesuai dengan harapan. (Aziz, 2009).

Konsep “pemberdayaan” lahir dari kata bahasa Inggris yaitu “*empower*” yang artinya “*memberi kuasa / wewenang kepada.*” Konsep ini berkembang sejak tahun 1980-an dan digunakan oleh agen-agen pembangunan hingga sekarang. Sehingga pemberdayaan menjadi jargon yang sangat populer di kalangan para agen pembangunan masyarakat, khususnya dalam penanganan kemiskinan. Pengertian pemberdayaan sesungguhnya sangat tergantung pada konteksnya. Pemberdayaan secara sederhana dapat diartikan sebagai pemberian “*power*” atau kekuasaan atau kekuatan atau daya kepada kelompok yang lemah sehingga mereka memiliki kekuatan untuk berbuat (Ife, 1999). Sedangkan menurut Kartasasmita (1996) pemberdayaan mempunyai dua arah, yaitu: (a) upaya melepaskan belenggu kemiskinan dan keterbelakangan, (b) memperkuat posisi lapisan masyarakat dalam struktur kekuasaan.

Sederhananya, pemberdayaan secara umum akan dikaitkan dengan redistribusi kekuasaan, tetapi dalam praktiknya pemberdayaan biasanya dilihat sebagai bentuk keterlibatan masyarakat, dirancang oleh pemerintah dan dimaksudkan untuk menghasilkan komitmen dan meningkatkan kontribusi anggota kelompok ke organisasi. Sementara beberapa bentuk keterlibatan anggota kelompok dapat memberi anggota saluran baru yang melaluinya pengaruh mereka ditingkatkan, keterlibatan anggota tidak melibatkan pembagian wewenang atau kekuasaan secara de jure. Dengan keterlibatan anggota kelompok, tanggung jawab ada pada pemerintah untuk melibatkan masyarakat atau memberi masyarakat kesempatan untuk terlibat.

Pemberdayaan dalam konteks penggunaannya dalam beberapa tahun terakhir dapat dilihat sebagai mencerminkan pendekatan ini.

Terkait dengan pandangan manajemen yang optimis dan asosiasi yang kabur tetapi positif membuat banding segera dan luas. Tetapi kita perlu mempertanyakan siapa yang memberdayakan siapa dan mengapa, serta memeriksa kepada siapa manfaatnya (jika ada)? Tidak diragukan bahwa gerakan pemberdayaan mengambil alih bahasa dari gerakan politik yang lebih luas - feminisme, dan gerakan ekologi di mana pemberdayaan dipandang sebagai kekuatan positif, tetapi perbedaan utama adalah bahwa gerakan ini berakar pada kaum tertindas, yaitu membantu orang untuk membantu diri mereka sendiri, sedangkan gerakan pemberdayaan didorong oleh mereka yang berkuasa, yaitu membantu manajer untuk mengelola organisasi (Hennestad, 1998).

Pemberdayaan dapat dilihat sebagai istilah yang fleksibel dan bahkan elastis (Cunningham et al., 1996; Lashley, 1997). Ini jelas sesuai dengan tradisi sukarela yang membuat pemerintah dan masyarakat (dalam praktiknya mencerminkan struktur kekuasaan, biasanya yang pertama) untuk memutuskan pendekatan yang cocok untuk organisasi. Sebaliknya pemberdayaan lebih menekankan pertimbangan langsung, seperti kualitas, fleksibilitas dan produktivitas. Pemerintahlah yang memberdayakan masyarakat dan inisiatif cenderung untuk mencakup keterlibatan langsung masyarakat atas sejumlah kecil masalah yang biasanya terkait dengan proses produksi atau pemberian layanan, dengan alasan bahwa staf yang memiliki komitmen tinggi dan diberdayakan lebih mungkin untuk terlibat di luar upaya kontrak, yaitu di luar panggilan tugas normal. Cenderung ada sedikit negosiasi serikat sehubungan dengan prinsip inisiatif (paradoks pemberdayaan) dengan desain dan perencanaan tidak

termasuk keterlibatan masyarakat. Namun dalam praktiknya, masalah yang muncul dari implementasi pemberdayaan sering menjadi masalah hubungan antara pemerintah dan masyarakat.

Pemberdayaan dalam praktik adalah masalah lain. Ada kecenderungan dalam literatur yang ada untuk menyatukan semua berbagai bentuk pemberdayaan (Lashley, 1997). Tidak ada skema kategorisasi untuk pemberdayaan yang sepenuhnya memuaskan karena batas-batas antara berbagai jenis tidak jelas dan banyak tergantung pada definisi yang diadopsi. Dengan pemberdayaan yang tidak ada sebagai satu kesatuan kesatuan, ia dapat mencakup berbagai skema yang sangat luas, yang pada gilirannya dapat melibatkan berbagai motivasi pemerintah yang beragam. Namun, mereka disatukan dengan berbagi asumsi umum bahwa kepentingan masyarakat dan pemerintah saling terkait. Mereka dapat berkisar dari yang mekanistik (mis. Perubahan struktural) hingga yang lebih organik (berkaitan dengan sikap/budaya). Namun, dengan memperhatikan catatan kehati-hatian ini kita dapat mengidentifikasi lima jenis utama, yaitu berbagi informasi, pemecahan masalah ke atas, otonomi tugas, pembentukan sikap, dan manajemen diri.

2. Inovasi

Larsen, P and Lewis, A, (2007) menyatakan bahwa salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi. Tanpa adanya inovasi perusahaan tidak dapat bertahan lama. Hal ini disebabkan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan berubah. Pelanggan tidak selamanya mengkonsumsi produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasakan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Untuk itulah diperlukan adanya inovasi terus menerus jika perusahaan akan berlangsung lebih lanjut dan tetap berdiri

dengan usahanya. Inovasi adalah sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang. Meskipun ide tersebut telah lama ada tetapi ini dapat dikatakan suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau merasakannya.

Perusahaan dapat melakukan inovasi dalam bidang: a. Inovasi produk (barang, jasa, ide dan tempat). b. Inovasi manajemen (proses kerja, proses produksi, keuangan pemasaran, dll). Dalam melakukan inovasi perlu memperhatikan prinsip-prinsip sebagai berikut: a. Menganalisis peluang, b. Apa yang harus dilakukan untuk memuaskan peluang, c. sederhana dan terarah dan d. dimulai dari yang kecil dan d. kepemimpinan.

Hills (2008) mendefinisikan inovasi sebagai ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh seorang individu atau unit pengguna lainnya. Suryana (2003) inovasi yaitu: "sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan".

Keeh, et.al (2007) menjelaskan inovasi sangat penting karena terdapat alasan berikut:

- a. Teknologi berubah sangat cepat seiring adanya produk baru, proses dan layanan baru dari pesaing, dan ini mendorong usaha entrepreneurial untuk bersaing dan sukses. Yang harus dilakukan adalah menyesuaikan diri dengan inovasi teknologi baru.
- b. Efek perubahan lingkungan terhadap siklus hidup produk semakin pendek, yang artinya bahwa produk atau layanan lama harus digantikan dengan yang baru dalam waktu cepat, dan ini bisa terjadi karena ada pemikiran kreatif yang menimbulkan inovasi.

- c. Konsumen saat ini lebih pintar dan menuntut pemenuhan kebutuhan. Harapan dalam pemenuhan kebutuhan mengharap lebih dalam hal kualitas, pembaruan, dan harga. Oleh karena itu skill inovatif dibutuhkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen sekaligus mempertahankan konsumen sebagai pelanggan.
- d. Dengan pasar dan teknologi yang berubah sangat cepat, ide yang bagus dapat semakin mudah ditiru, dan ini membutuhkan metode penggunaan produk, proses yang baru dan lebih baik, dan layanan yang lebih cepat secara kontinyu.
- e. Inovasi bisa menghasilkan pertumbuhan lebih cepat, meningkatkan segmen pasar, dan menciptakan posisi korporat yang lebih baik.

Inovasi yang baik akan membantu manajemen dalam mencapai kinerja yang lebih baik sehingga kelangsungan dan keberlanjutan usaha juga akan tetap berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan karena dukungan kemampuan inovasi yang terdiri dari ide, produk baru dan lain lain. (Hult, Hurley, & Knight, 2004) studi yang dilakukan oleh Ojasalo (2008) menyatakan bahwa inovasi dibagi atas tiga jenis yaitu inovasi produk memiliki makna menghasilkan pendapatan, inovasi proses menyediakan sarana untuk menjaga dan meningkatkan kualitas dan untuk menghemat biaya, sedangkan inovasi pasar meningkatkan target pasar campuran dan memilih pasar yang terbaik yang harus dilayani oleh perusahaan.

Inovasi proses dibagi kedalam dua kategori yaitu inovasi teknologi dan inovasi organisasi. Pada inovasi proses teknologi mengubah cara produk yang diproduksi dengan memperkenalkan perubahan teknologi (fisik peralatan,

teknik dan system) sedangkan inovasi organisasi adalah inovasi dalam struktur organisasi, strategi dan proses administrasi (Damanpour & Aravind, 2012) studi yang dilakukan oleh Ojasalo (2008) juga memetaan beberapa inovasi seperti incremental innovation yaitu memanfaatkan potensi rancangan yang sudah ditetapkan dan sering memperkuat dominasi kemampuan suatu perusahaan karena dengan inovasi ini dapat meningkatkan kapabilitas fungsi dari sebuah teknologi yang ada, nilai tambah teknologi atau perbaikan pada skala kecil terhadap produk dan proses dan bisnis yang ada saat ini.

Namun demikian kontribusi kritis perusahaan-perusahaan besar terhadap inovasi modern mungkin terletak pada penciptaan kemampuan teknologi yang dijalankan oleh tim-tim yang terampil dan dikembangkan melalui pemecahan masalah mereka dengan aktivitas yang berkelanjutan yang menjadi sumber daya bagi perusahaan lain yang bekerja sama dengan diri mereka (Loasby, 1998) dan dalam fase atau paradigma terbaru dari bagian akhir abad ke-20 dan seterusnya, inovasi berbasis sains telah dikombinasikan dengan teknologi informasi dan komunikasi dalam fasilitas produksi yang terkomputerisasi dan fleksibel. (Cantwell, 2001), Munculnya institusi yang mampu menampung sukses Integrasi internasional dari inovasi perusahaan menyiratkan pergeseran dari memperoleh keuntungan melalui eksploitasi kemampuan yang mapan melalui posisi baru kekuatan pasar di luar negeri, menuju penciptaan keuntungan inovatif dengan membangun kemampuan baru melalui pertukaran pengetahuan dan pembelajaran kooperatif, dan dengan

demikian memanfaatkan jaringan lintas batas untuk pembentukan kegiatan yang berbasis nilai pada generasi yang baru. Perubahan-perubahan baru-baru ini semakin memperkuat pentingnya relatif partumbuhan dari keuntungan inovatif, ketika konseptualisasi keuntungan yang inovatif ditafsirkan kembali sesuai dengan kondisi kelembagaan saat ini untuk inovasi. theory laba inovatif perlu direvisi di era teknologi yang lebih besar ini keterkaitan di mana perusahaan tidak hanya harus mempertahankan penyebaran yang memadai melalui penganekaragaman produk tetapi harus dapat mengakses kemampuan terkait lainnya melalui kemitraan.(Cantwell, 2001).

3. KUBE (Kelompok Usaha Bersama)

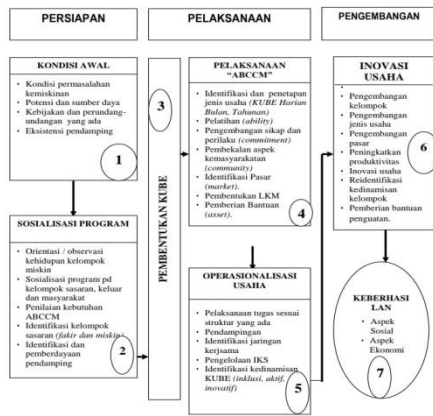
KUBE singkatan dari Kelompok Usaha Bersama. Sudah sejak lama upaya penanganan kemiskinan dilakukan dan sudah dirasakan manfaatnya, terbukti dari jumlah penurunan jumlah penduduk miskin yang terjadi antara tahun 1976 hingga 1996. Sejak terjadinya multi krisis ekonomi dan sosial yang melanda bangsa Indonesia sejak tahun 1997 hingga sekarang ini, terjadi peningkatan penduduk miskin secara fluktuatif. Pada tahun 1996 jumlah penduduk miskin 17,7 persen dari penduduk Indonesia, pada tahun 1998 meningkat menjadi 39 persen (BPS, 2002).

Pada masa itu dampak krisis ekonomi sangat dirasakan terhadap kehidupan masyarakat, lapangan kerja sangat terbatas, pendapatan menurun, perekonomian nasional menjadi stagnan. Pada tahun 2000 terjadi perbaikan, jumlah penduduk miskin 19,1 persen (13,7 juta jiwa) dari jumlah penduduk Indonesia kemudian menurun kembali menjadi 18,2 persen (15,6 juta jiwa) pada tahun 2002 (BPS, 2004). Pada tahun 2005 jumlah penduduk miskin (berdasarkan

hasil pendataan yang dilakukan oleh BPS tahun 2005) melalui program Bantuan Langsung Tunai (BLT) Rumah Tangga Miskin meningkat menjadi sebesar 15,5 juta rumah tangga miskin (Depsos, 2005) dan sebagai dampak dari kenaikan harga BBM yang mulai diberlakukan tahun 2005, BPS memperkirakan akan terjadi kenaikan jumlah rumah tangga miskin menjadi ± 20 juta rumah tangga penerima (BTL).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Sosial (Kemsos) diharapkan memberi kontribusi signifikan dalam mengatasi masalah kemiskinan. Terkait hal tersebut, Menteri Sosial telah menetapkan sasaran strategis Kemsos, yaitu; berkontribusi menurunkan jumlah Fakir Miskin (FM), kelompok rentan dan Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial (PMKS) lainnya sebesar satu persen dari target nasional pada tahun 2019, melalui: Meningkatnya kemampuan keluarga miskin dan rentan serta PMKS lainnya dalam memenuhi kebutuhan dasar; Meningkatnya kemampuan penduduk miskin dan rentan, anak, penyandang disabilitas, lanjut usia, dan kelompok marginal lainnya dalam pemenuhan hak dasar dan inklusifitas (Menteri Sosial, 2016). Kegiatan Kemsos untuk penanganan kemiskinan dibungkus dalam nomenklatur Program Pemberdayaan dan Penanganan Fakir Miskin. Secara konseptual posisinya mengalami pergerakan dari bantuan, rehabilitasi hingga pemberdayaan social melalui kelompok KUBE.



Gambar 1:

Model Manajemen Pemberdayaan Masyarakat melalui Pendekatan KUBE (Sumber: Joyakin Tampubolon, Basita Ginting Sugihen, Margono Slamet, Djoko Susanto dan Sumardjo)

Tahapan Pengusulan Bansos KUBE

- Perorangan, masyarakat, atau lembaga kesejahteraan sosial dapat mengusulkan proposal ke Dinas Sosial Kabupaten/Kota melalui Kepala Desa;
- Dinas Sosial Kabupaten/Kota melakukan verifikasi dan validasi calon penerima KUBE sesuai Data Terpadu Penanganan Fakir Miskin dan Orang Tidak Mampu (DTPFMOTM);
- Dinas Sosial Kabupaten/Kota mengusulkan proposal kepada Menteri Sosial melalui Direktur Penanganan Fakir Miskin Wilayah I dengan tembusan disampaikan ke Kepala Dinas Sosial Provinsi;
- Direktorat Penanganan Fakir Miskin Wilayah I melakukan verifikasi dan validasi atas usulan proposal Dinas Sosial Kabupaten/Kota;
- Direktur Penanganan Fakir Miskin Wilayah I menetapkan lokasi dan penerima KUBE;
- Hasil penetapan lokasi dan penerima KUBE disampaikan kepada Dinas Sosial Kabupaten/Kota;
- Kepala Dinas Sosial Kabupaten/Kota menandatangani Surat Pernyataan Tanggung Jawab Mutlak (SPTJM) KUBE.

Syarat dan Mekanisme Pemberian Bansos KUBE?

- Rumah Tangga Miskin yang terdaftar dalam Data Terpadu Penanganan Fakir Miskin dan Orang Tidak Mampu (DTPFMOTM);
- Memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP) dan Kartu Keluarga (KK);
- Telah menikah dan/atau berusia 18 (delapan belas) tahun sampai dengan 60 (enam puluh) tahun dan masih produktif;
- Belum pernah mendapat bantuan KUBE;
- Membentuk kelompok beranggotakan 5 sampai 20 orang yang tinggal berdekatan dan berdomisili tetap;
- Mendapat rekomendasi dari Dinas Sosial Kabupaten/Kota setempat;
- Bansos KUBE diberikan dalam bentuk non-tunai melalui transfer ke rekening kelompok.

Hak dan Kewajiban Anggota KUBE

- Memilih/dipilih menjadi pengurus;
- Mengemukakan pendapat dan gagasan;
- Mengelola usaha dan/atau kegiatan;
- Mendapatkan informasi dan pelayanan yang sama;
- Menerima keuntungan dari hasil usaha;
- Ikut merumuskan aturan/kesepakatan kelompok;
- Menerima dana bantuan KUBE sebesar Rp 2.000.000 per KK.
- Mendapatkan pendampingan KUBE adalah seseorang yang ditugaskan untuk mendampingi pelaksanaan KUBE agar dapat meningkatkan kesejahteraan anggotanya.
- Mematuhi aturan / kesepakatan kelompok;
- Menghadiri dan aktif dalam kegiatan kelompok;
- Memanfaatkan bantuan untuk Usaha Ekonomi Produktif (UEP);
- Mengelola Bantuan Sosial UEP-KUBE secara kelompok;

13. Mengelola iuran kesetiakawanan sosial; dan
14. Menyampaikan laporan pertanggung jawaban KUBE.

Inovasi Manajemen Pemberdayaan Kube Sambal

Kelompok Bersama (Kube) Sambal yang berasal dari Nagari Talang Maua, Kabupaten [Limapuluh Kota](#) meraih juara satu (1) pada penilaian Kube terbaik Provinsi [Sumatera Barat](#) tahun 2019). Kube Sambal konsisten berinovasi dalam pengolahan daun Gambir, mereka telah berhasil membuat produk olahan daun gambir menjadi teh celup, permen jelly, dan juga masker dari daun gambir, Kube yang beranggotakan sepuluh (10) orang ini sudah berdiri sejak 2015. Produknya sudah sangat banyak, karena sudah dijual ke mana-mana. Seperti dijual ke apotek, dinas-dinas, perantau yang ada di Bogor, Batam, Pekanbaru, Pasaman, Padang, dan juga Limapuluh Kota sendiri. Karena keterbatasan alat ini Kube Sambal baru bisa menghasilkan pendapatan antara Rp2,5 juta sampai Rp3 juta rupiah per bulannya. Saat ini KUBE Sambal sedang mengusahakan perizinan dan juga label halal untuk produk-produk mereka.

Teh gambir berasal dari tanaman gambir mengandung katechin sebesar 4,4 %, sedangkan teh dari tanaman *Camelia sinensis* mengandung katechin lebih rendah yaitu hanya 0,95%. Katechin ini bersifat sebagai antioksidan, anti peradangan, anti bakteri, anti penuaan sehingga sangat bermanfaat untuk kesehatan. Teh celup gambir diproduksi dari daun muda dan diproses sedemikian rupa sehingga kandungan tannin dapat diturunkan. Inilah bedanya dengan teh gambir merek lain dan teh yang biasa kita minum sehari-hari yaitu yang berasal dari tanaman *Camelia sinensis* yang lebih banyak mengandung tannin dibandingkan katechin.

Kandungan Tanin dalam teh berpotensi sebagai penyebab anemia karena mampu mengabsorbsi mineral

sebagai bentuk zat besi. Mineral makanan sebagai salah satu pembentuk zat besi bila bereaksi dengan tannin akan membentuk ikatan kompleks yang tidak larut dalam sistem pencernaan, akibatnya mineral makanan tidak berfungsi lagi dan dikeluarkan oleh tubuh dalam bentuk feses. Tanin mempunyai kekuatan untuk mengikat protein sehingga dapat mempunyai kemampuan mengabsorbsi sari makanan. Diantara manfaat the gambir lainnya adalah : a. Menyegarkan tubuh, b. Mengobati sakit perut, dan diare, c. Mencegah penuaan dini, d. Mencegah sariawan dan e. Mencegah penyakit diabetes (kencing manis)

Inovasi KUBE Sambal ini dengan memproduksi gambir dalam bentuk barang jadi berguna untuk menekan murahnya harga gambir di pasaran. Ketika masyarakat sudah membuat dalam produk jadi, maka ketergantungan harga kepada negara penerima produk mentah dapat dielakkan. Harga gambir tidak bergantung lagi dengan harga beli dari India. Sedangkan harga gambir di masyarakat hanya laku antara harga Rp20.000 sampai Rp22.000 saja. Sedangkan, untuk daunnya dijual dengan harga Rp1.900/ kilo gram (kg). Sehingga berkontribusi menurunkan jumlah Fakir Miskin (FM), kelompok rentan dan Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial (PMKS) di Nagari Talang Maua Kec. Mungka Kab. 50 Kota.

KESIMPULAN

1. KUBE singkatan dari Kelompok Usaha Bersama. Sudah sejak lama upaya penanganan kemiskinan dilakukan dan sudah dirasakan manfaatnya, terbukti dari jumlah penurunan jumlah penduduk miskin, Innovation Adaption, implementation dan innovation outcome yang dilakukan KUBE SAMBAL berinovasi dalam pengolahan daun gambir.
2. Dengan membuat produk olahan daun gambir menjadi teh celup, permen jelly, dan juga masker daun gambir. Inovasi

KUBE Sambal ini dengan memproduksi gambir dalam bentuk barang jadi berguna untuk menekan murahnya harga gambir di pasaran, Ketika masyarakat sudah membuat dalam produk jadi, maka ketergantungan harga kepada negara penerima produk mentah dapat dielakkan. Masyarakat dapat membuat produk jadi dari Gambir seperti the celup dari daun gambir, masker gambir, Parmen Jelly dan pewarna pakaian.

3. Model yang di lakukan KUBE Sambal ini merupakan suatu pendekatan inovasi dalam proses manajemen pemberdayaan masyarakat miskin.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aziz Muslim, *Metodologi Pengembangan Masyarakat*, (Yogyakarta: Teras, 2009),
- Blanchard, K., P.C.John dan R. Alan. 1998. *Pemberdayaan Memerlukan Waktu Lebih Dari Semenit* (terjemahan oleh Zoelkifli Kasip). Jakarta: Interaksara.
- Badan Pusat Statistik dan Departemen Sosial RI. 2004. *Penduduk Fakir Miskin di Indonesia*, Jakarta: BPS dan Depsos.
- Badan Pusat Statistik. 2005. *Pelaksanaan Pendataan Rumah Tangga Miskin* 2005. Jakarta: BPS.
- Baldacchino. 2008. "Entrepreneurial Creativity and Innovation", *The First International Conference on Strategic Innovation and Future Creation*, University of Malta, Malta.
- Bjerke, B. 2005. *Managing Entrepreneurship on Whose Terms? in Research at the Marketing/Entrepreneurship Interface*, Edited by Hills, G. and Miles, M., Chicago: University of Illinois.
- Bustami, Bernadien, Sandra Nurlala & Ferry. 2007. *Mari Membangun Usaha Mandiri: Pedomam Praktis Bagi UKM*, Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Carthwright, Darwin dan Alvin Zander. 1968. *Group Dynamic, Research and Theory*, Second Edition, Michigan: Roe, Peterson and Company
- Dahana, O.P. and O.P. Bhatnagar. 1980. *Education and Communication for Development*, New Delhi: Oxford & IBH Publicshing CO.
- Departemen Sosial RI. 2004. *Panduan Umum, Pengembangan Usaha Ekonomi Produktif Fakir Miskin melalui Kelompok Usaha Bersama (KUBE) dan Lembaga Keuangan Mikro (LKM)*, Jakarta: Depsos RI.
- Departemen Sosial RI. 2005. *Petunjuk Teknis, Program Subsidi Lansung Tunai kepada Rumah Tangga Miskin*. Jakarta: Depsos.
- Friedman, J. 1981. *The Active Community dalam R. P. Mirsa, ed. Rural Development*. Nagoya: National Policies and Experiences, Mauruzen Asra.
- Frinces, Heflin. 2004. *Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Penerbit Darusalam.
- Ginanjar Kartasasmita, *Pengembangan Untuk Rakyat: Meadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*, (Jakarta: PT. Pustaka Cidesindo, 1996), hal. 145.
- Gibson, et al. 1984. *Organisasi dan Manajemen, Perilaku, Struktur, Proses*, Edisi Keempat, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Homans, G.C. 1950. *The Human Group, Brace and Word*. New York: Horcourt.
- Hadiyati, E. 2010. *Pemasaran untuk UMKM (Teori dan Aplikasi)*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Malang: Bayumedia.
- Hills, Gerald. 2008. "Marketing and Entrepreneurship, Research Ideas and Opportunities", *Journal of Small and Medium Entrepreneurships*, page: 27-39.
- Ife, Jim. 1995. *Community Development, Creating Community Alternatives: Vision, Analysis and Practice*. Australia: Longman.

- Joyakin Tampubolon, Basita Ginting Sugihen, Margono Slamet, Djoko Susanto dan Sumardjo/ Jurnal Penyuluhan Juni 2006, Vol. 2, No. 2 *Pertanian*, Tanggal 24-26 September di Cisarua, Bogor.
- Jong & Wennekers. 2008. "Conceptualizing Entre-preneurial Employee Behavior", SMEs and Entrepreneurship Programme Finance by the Netherlands Ministry of Economic Affairs
- Keeth, Hean Tat, Mai Nguyen & Ping. 2007. "The Effects of Entrepreneurial Orientation and Marketing Information on the Performance of SMEs", *Journal of Business Venturing*, page: 592-611
- Lewin, 1951. *Field Theory In Social Science*, Edited by Harper and Row. New York: Publisher.
- Larsen, P. & A. Lewis. 2007. "How Award Winning SMEs Manage The Barriers to Innovation", *Journal Creativity and Innovation Management*, page: 141-151.
- M. Manulang, Drs., Dasar-Dasar Management, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta, 1975
- Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN). 2004, *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2005 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Scarborough, N.M. & T.W. Zimmerer. 2005, *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*, Fourth Edition, New Jersey: Prentice-Hall
- Stel, Carree, Thurik, Zoetermeer. 2004. The Effect of Entrepreneurship on National Economic Growth: an Analysis Using the GEM Database. SCALES Paper No. 320.
- Siegel, Sidney, (1990). *Statistik Nonparametrik untuk Ilmu-ilmu Sosial*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Slamet, Margono, 2001. *Kelompok, Organisasi dan Kepemimpinan*, Program Studi Ilmu Penyuluhan Pembangunan (PPN), PPs-IPB, Bogor, (Tidak dipublikasikan).
- T. Hani Handoko, Manajemen, Penerbit BPFE, Yogyakarta, 1986.
- Pranarka, A.M.W dan Vidhyandika Moeljarto. (Editor: Onny S. Rijono dan A.M.W. Pranarka) 1996. *Pemberdayaan Kondep, Kebijakan dan Implementasi*. Jakarta: Centre For Strategic and International Studies.
- Prijono O.S. dan Pranarka (Editor). 1996. *Pemberdayaan: Konsep dan Kebijakan. Makalah pada Pertemuan Tim Teknis Proyek Penyuluhan Pertanian*, Tanggal 24-26 September di Cisarua, Bogor.
- Slamet, Margono, 1981. *Dasar-dasar Pengembangan Dinamika Kelompok Tani Indonesia. Makalah pada Pertemuan Tim Teknis Proyek Penyuluhan*
- Yaghoobi, Salarzahi, Aramesh & Akbari, 2010, "An Evaluation of Independent Entrepreneurship Obstacles in Industrial SMEs", *European Journal of Social Sciences*, pp. 33-45.
- Yollies, M.I. 1996. *Critical System Thinking, Paradigma and the Modelling Space System Practice*, Vol 9, Number 6 December 1996. New York and London: Plenum Press.